

## Trabajo Fin de Grado

Aproximación conceptual a la postelevisión.

Análisis del reality *Hermano mayor*

Autor/es

Alejandro Aisa Soria

Director/es

Maite Gobantes Bilbao

Facultad de Filosofía y Letras

2015

# TABLA DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN .....	2
1. CONTEXTO Y ANTECEDENTES DE LA TELEVISIÓN CONTEMPORÁNEA .....	3
I. LA POSMODERNIDAD: EL CONTEXTO .....	3
II. EVOLUCIÓN DE LA TV: DE LA PALEOTELEVISIÓN A LA NEOTELEVISIÓN .....	5
2. LA TV CONTEMPORÁNEA: LA POSTELEVISIÓN .....	7
I. CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE LA POSTELEVISIÓN.....	8
i. La imagen: el poder de la mirada.....	8
1. La teoría del Espectáculo.....	9
ii. La (mítica) hipervisibilidad .....	10
iii. Fragmentación .....	10
iv. Lo privado y lo público: la intimidad televisada.....	11
II. GÉNEROS Y FORMATOS DE LA POSTELEVISIÓN.....	12
i. La telerrealidad.....	13
III. EL DISCURSO TELEVISIVO DOMINANTE .....	14
3. APROXIMACIÓN ANTROPOLÓGICA A LA POSTELEVISIÓN .....	15
I. EL DISCURSO PSICÓTICO.....	15
II. EL DISCURSO PSICÓTICO Y EL DISCURSO DE LA POSTELEVISIÓN .....	16
III. LA TRAMA EDÍPICA, ORDEN DE LO SIMBÓLICO.....	17
IV. LA CULTURA Y EL SENTIMIENTO DE CULPA .....	19
V. LA POSTELEVISIÓN Y LAS PULSIONES.....	20
4. CASO PRÁCTICO: <i>HERMANO MAYOR</i> .....	23
I. ANÁLISIS I: <i>DAKOTA</i> (T07XP02).....	24
II. ANÁLISIS II: <i>JOAN</i> (T07XP06).....	28
5. CONCLUSIONES.....	32
BIBLIOGRAFÍA .....	34

## INTRODUCCIÓN

En el trabajo que a continuación se presenta, *Aproximación conceptual a la postelevisión. Análisis del reality 'Hermano mayor'*, diremos, a grandes rasgos, que se aborda el discurso televisivo contemporáneo, su dinámica y características principales.

La elección del tema viene motivada por varias razones. En primer lugar, la atracción que genera en mí la televisión como medio de comunicación. En los cuatro cursos del grado de periodismo, ha sido el ámbito en el que más he trabajado y que mejor he podido conocer de primera mano, lo que ha despertado en mí la curiosidad por profundizar en su teoría. En segundo lugar, el potencial y el poder de la imagen sobre el espectador. Entiendo a la TV como el medio más capacitado para generar discursos e influir en la población de un modo bastante directo. Consideraba interesante analizar el medio con el tiempo y reposo que no se tiene cuando se está frente a la pantalla.

Otro motivo clave es el haber conocido la obra del catedrático Jesús González Requena. Su teoría sobre la espectacularización de la televisión empezó a dar “nombre” a algunas de mis sensaciones o reacciones como espectador y consumidor habitual de las producciones de la televisión nacional.

Los medios de comunicación construyen la realidad social y cultural que les rodea. Así, el trabajo comienza con la descripción del contexto histórico en el que nos encontramos: la posmodernidad. También se hace referencia a los modelos anteriores de TV, acudiendo a los conceptos de paleotelevisión y neotelevisión, de Umberto Eco.

En un segundo epígrafe, se aborda ya el concepto de postelevisión como tal, siguiendo la obra de Gérard Imbert. Se exponen los principales aspectos que caracterizan al discurso de la televisión actual y se dialoga con otros que González Requena recoge en el análisis de lo que él llama el Discurso Televisivo Dominante. Al final, también se describe la telerrealidad como el género más representativo de esta televisión.

En el último punto teórico, se aborda el discurso de la televisión contemporánea desde un punto de vista antropológico y siguiendo el trabajo de González Requena. Aunque, en un principio, pueda resultar extraño el relacionar al medio de comunicación con el discurso psicótico o la trama edípica, es un vínculo bastante interesante para entender la función social del medio de comunicación y la posición del espectador ante él.

En último lugar, se trabaja con uno de los programas que se emite en la actualidad en la televisión nacional: *Hermano mayor*. Aunque se perfiló como el más idóneo para este tema una vez que se planteó el recorrido teórico final, antes se barajaron otros como *El juego de tu vida*, *Los gipsy kings* o *Me cambio de familia*. La construcción del discurso en torno a la intimidad de los personajes fue una constante a tratar en este trabajo, pero el diálogo entre discurso televisivo y trama edípica fue lo que hizo que la balanza se decantara hacia *Hermano mayor*.

## 1. CONTEXTO Y ANTECEDENTES DE LA TELEVISIÓN CONTEMPORÁNEA

### I. LA POSMODERNIDAD: EL CONTEXTO

Antes de abordar el discurso que ofrece la televisión en la actualidad, parece conveniente enmarcar el medio de comunicación en su correspondiente contexto social y cultural. El marco que rodea a un medio es imprescindible para entender el discurso de este. Así, hablamos de posmodernidad para definir el periodo histórico que va desde principios de los años 70 del pasado siglo hasta hoy.

La posmodernidad se ha postulado como la crisis radical de los valores que asentaban el proyecto de modernidad de la Ilustración: desarrollar una ciencia objetiva, una moralidad y leyes universales y un arte autónomo acorde con su lógica interna; y emplear esta acumulación de cultura especializada para la organización racional de la vida social cotidiana (Habermas, 1985: 28). En lo discursivo, se apunta a la caída de los “grandes relatos”, los metarrelatos, que han perdido su autoridad como legitimadores de la sociedad como conjunto y de su saber (Lyotard, 1987).

González Requena, tomando ambas aportaciones, postula una “crisis radical de todo sistema de valores y de todo relato” (González Requena, 1999: 153). La posibilidad misma del relato –entendido en su profunda dimensión antropológica– exige la presencia, en el horizonte narrativo, de algún valor transcendente que permite a los individuos acceder a un modelo de conducta y dotar de sentido su experiencia cotidiana (Ibídem).

Así pues, la posmodernidad es “la crisis del mito –de cualquier mito” (Ibídem). El mito entendido como una matriz de racionalidad, un instrumento poderoso a través del cual lo real<sup>1</sup> deviene legible (Levy-Strauss, en González Requena, 1999: 153). Para comprobar la eficacia simbólica del mito solo hay que compararlo con su ausencia:

Hubo un tiempo en que el mito ilustrado existía, sustentaba, como marco simbólico, el tejido social. (...) Este mito ha desaparecido sin que ningún otro ocupe su lugar: el problema de la posmodernidad no es que los hombres no hablen y resuelvan razonablemente sus cuestiones, sino que, ausente el mito, ya nadie cree que hablar sirva de algo. La palabra racional ha perdido su crédito y la seducción ha ocupado su lugar (González Requena, 1999: 154).

El autor destaca el que Habermas relacione el mito con la privacidad de la familia patriarcal burguesa: existía el lugar del ciudadano y del padre. “Lo que sustentaba las redes de comunicación era la existencia de una privacidad –de un espacio íntimo, sagrado– que hacía posible el intercambio en la esfera pública. El padre –la familia

---

<sup>1</sup> Por *lo real*, González Requena entiende aquello de lo que “nada podemos saber: no es objeto de conocimiento, es caos. Se trata de un concepto que guarda una estrecha relación con el *nóumeno* kantiano: lo que existe antes de ser representado, simbolizado” (en Gobantes Bilbao, 2014:13).

patriarcal— arbitraba esa privacidad, esa relación entre lo privado y lo público. Hoy, en cambio, la transparencia anula toda privacidad, toda intimidad, todo misterio. Y donde reina la transparencia ya no es posible el intercambio simbólico” (Ibídem).

Será el discurso filosófico positivista el que apunte a la abolición de la propia filosofía, siendo esta el discurso en el que el mito y la ciencia podían articularse: la ciencia, desligada de la filosofía afirmando su fascinación por los hechos —“solo creo lo que veo”— condujo a la maldición del mito (Ibídem). En este mismo proceso, la Razón, valor nuclear del mito de la Ilustración, perecerá en la proliferación de las razones tecnológicas y los conocimientos científicos al margen de toda escala humana. Saberes fragmentados, sin un mito que los integre y que sirva de anclaje para que los individuos pudieran vivirlos, integrarlos en su vida cotidiana. La quiebra del mito es la quiebra de la dimensión simbólica: “*la desaparición de la verdad* —de la relación constitutiva del sujeto con la palabra— en beneficio de la proliferación de los *conocimientos funcionales*, es decir, *verosímiles*” (González Requena, 1999: 154-155).

El inicio de dicho proceso de desimbolización, González Requena lo sitúa en Karl Marx y la instalación del mercado capitalista con su tendencia a la homogeneización y a la intercambiabilidad absolutas:

Desaparecido el valor de uso —pues el valor de uso no es el valor funcional, sino el que soporta la relación simbólica del sujeto con el objeto—, la conversión de todo en valor de cambio —en objeto de deseo intercambiable—, la intercambiabilidad absoluta de todo en tanto mercancía, la instalación del dinero como el común denominador universal (1999: 155).

El saber, que se ha convertido en los últimos decenios en la principal fuerza de producción, es y será producido para ser vendido, y es y será consumido para ser valorado en una nueva producción: en los dos casos, para ser cambiado. Deja de ser en sí mismo su propio fin, pierde su “valor de uso” (Lyotard, 1987: 16). Es decir, en el saber como producto prevalece su valor en el intercambio de informaciones y no su utilidad para el individuo o la sociedad.

El precio histórico de la expansión del mercado capitalista, de la conversión de todo en mercancía, es un cierto delirio de transparencia absoluta y de total accesibilidad (González Requena, 1999: 155-156). En esta misma dirección, José Luis Dader, en referencia a la mezcla que se da entre información y comercio en los medios, apunta que “la expansión final del comercialismo extremo consiste en la desaparición de los límites y de los marcos” (Dader, 2004).

El contexto contemporáneo de la posmodernidad es, pues, el de la crisis de los grandes relatos legitimadores, la pérdida de certezas y fundamentos —de la ciencia, la filosofía, el arte, la política...—, el decisivo descentramiento del sujeto y la valorización de los microrrelatos, el desplazamiento del punto de vista omnisciente y ordenador en

beneficio de la pluralidad de voces, la hibridación, la mezcla irreverente de cánones, retóricas, paradigmas y estilos (Arfuch, 2002: 18). Mientras tanto, en el espacio mediático, un salto en la flexibilización de las costumbres empujaba los límites de lo decible y de lo mostrable (Arfuch, 2002: 19).

Siguiendo la línea de González Requena, el mito, el relato son herramientas esenciales en la construcción de lo humano porque son aparatos simbólicos para dar una buena salida a la angustia –la pulsión angustiosa del ser humano ante el caos de *lo real*– (González Requena, en Gobantes Bilbao, 2014: 115):

En *lo real* no hay sentido; ni uno, ni miles, ni infinitos. No hay. ¿Cómo adviene el sentido? ¿De dónde sale? Si no existe como entidad metafísica, solo existe desde el momento en que existe, es decir, desde el momento en que es producido, fabricado. ¿Cómo se fabrica el sentido? A través de los textos, que son precisamente las fábricas de sentido (2014: 89).

Es decir, el verbo hace. El catedrático madrileño asegura que la palabra, en tanto que surca *lo real*, crea el espacio de lo humano. La persona se construye narrativamente. Su identidad y su localización en el mundo son a través de los relatos (2014: 39-45). “Cuando un espectador o un lector ve o lee algo, le puede afectar profundamente y si eso le sirve, es precisamente porque está experimentando formas simbólicas que le ayudan a vivir” (González Requena, en Gobantes Bilbao, 2014: 29).

Hoy, el espacio textual dominante es el cine, la televisión y la publicidad. El audiovisual se presenta como el formato con mayor influencia para la construcción de textos. El Discurso Televisivo Dominante actual “posee todos los rasgos pertinentes que permiten reconocerlo como discurso y sin embargo, a la vez, los inscribe en una dinámica de absoluta espectacularización que erosiona profundamente su funcionamiento discursivo. O en otros términos: nos encontramos ante un *discurso límite*” (González Requena, 1999: 147).

## II. EVOLUCIÓN DE LA TV: DE LA PALEOTELEVISIÓN A LA NEOTELEVISIÓN

Para hablar del discurso televisivo en la actualidad, de la “postelevisión” (Imbert, 2008), parece también necesario conocer antes el desarrollo de dicho medio, su evolución en el modo de entender y representar la realidad. Los conceptos de “paleotelevisión” y “neotelevisión” (Eco, 2012), en referencia a dos etapas del medio de comunicación previas a la actual, son la base para la idea de postelevisión.

La neotelevisión supondría la ruptura con la paleotelevisión y el paso de un medio entendido como “ventana al mundo” –medio de reproducción y acceso a la realidad objetiva– a una televisión que habla menos, como hacía o fingía hacer la paleotelevisión, del mundo exterior (Eco, 2012: 196).

La neo TV crea su propio mundo: una realidad cercana, sin aparentes mediaciones, un lugar en busca de una “transparencia perdida”, espectacular y eufórico, en el que todo cabe. Una realidad televisiva en la que emerge un nuevo sujeto protagonista: el hombre común, en contraposición con el experto y el hombre político (Imbert, 2008: 119). Así, explica el autor, la paleo TV busca la referencialidad –la relación de su mensaje con la realidad exterior–, en cuanto la neo TV aspira a la autorreferencialidad. Hablar de sí misma y de la relación que construye con el espectador (2008: 55).

Mientras la paleotelevisión se sustenta en la veracidad del enunciado, en la relación referencial entre el universo del discurso, sus signos y los referentes de la realidad; la neotelevisión se basa en la veracidad de la enunciación, de la propia operación del contar (Eco, 2012: 201). Un problema que, según el autor, recorre de manera indistinta tanto los contenidos informativos como los de ficción<sup>2</sup> (Ibídem).

Si la paleotelevisión aspira a borrar la enunciación –Modo de Representación Institucional (Burch, 2008)–, eliminar todo rastro de construcción para dar mayor transparencia al mensaje y hacerse notar únicamente como canal; la neotelevisión hace ostentación de ella y exhibe la operación de enunciación y la puesta en escena.

En la paleo TV, la jirafa –el micrófono– no debía de verse. El medio se esforzaba en presentarse como realidad y tenía que ocultar el artificio. La neo TV ya no lo oculta, la presencia de la jirafa asegura –incluso cuando no es cierto– que la emisión es en directo. Por consiguiente, la presencia de la jirafa sirve ahora para ocultar el artificio. Lo mismo ocurre con la cámara. Al mostrarla, la televisión dice: “Yo estoy aquí, y si estoy aquí, esto significa que delante de vosotros tenéis la realidad” (Eco, 2012: 205-206).

Respecto al contenido del discurso, se relaciona la paleo TV con el discurso institucional, dispensador de cultura, legitimado en la palabra de los expertos y destinado a un espectador ciudadano en posición de alumno ante el medio. Con la neo TV, en los años 80, se irá dejando atrás ese registro pedagógico del mensaje para pasar a uno más convivencial, intimista, contractual (Missika, en Imbert, 2008: 31-32).

La postelevisión, que emergería en los años 90 con los reality shows de segunda generación –analizados más adelante–, se caracterizaría por una dilución entre alta cultura y baja cultura y a la integración definitiva del espectador en el discurso, dentro del proceso de espectacularización cultural que se vive en los medios de comunicación de masas (Imbert, 2008: 56).

---

<sup>2</sup> Eco analiza y ejemplifica este hecho a través del “mirar a cámara”. El que la persona no mire a cámara tiene la intención de mostrar algo como espontáneo, que estaría ocurriendo aunque las cámaras no estuvieran allí. La televisión quiere “desaparecer” como sujeto del acto de enunciación. En cambio, el que el protagonista mire a cámara hace que el espectador advierta que le está hablando precisamente a él e, implícitamente, se dé cuenta de que hay algo “verdadero” en la relación que se está estableciendo.

## **2. LA TV CONTEMPORÁNEA: LA POSTELEVISIÓN**

En este apartado, para abordar la idea de postelevisión hemos seguido la obra de Gérard Imbert, ya que es este autor quien ha acuñado y fundamentado dicho concepto. A continuación pues, se exponen las líneas principales de la postelevisión (Imbert, 2008: 11-219).

Como ya se ha apuntado anteriormente, con la decadencia de los discursos filosóficos, religiosos o ilustrados se resquebraja la dimensión simbólica que cohesionaba la representación de la realidad en los medios de comunicación, principalmente en el televisivo, y se ha sustituido por una demanda delirante de transparencia. Gérard Imbert observa una triple decadencia en los cambios de representación y narración en la televisión.

En primer lugar, la decadencia del modelo histórico de transmisión del saber ante la hegemonía de la actualidad y la constante actualización de contenidos. Reina una cultura muy fragmentada en la que la Información tiende a dominar la Historia, donde la relación con el presente predomina sobre la importancia del pasado.

En segundo lugar, el declive del realismo decimonónico como código de representación de la realidad a cambio de la creación e ilusión de realidades que se da en la producción televisiva –telerrealidad–.

Y en tercer lugar, la decadencia de la noción de verdad que sustentaban los grandes relatos de la modernidad y que se sustituye por lo verosímil como sucedáneo de realidad: algo que se hace pasar por realidad o vale tanto como lo objetivo –hacer-ver o hacer-sentir–, siendo la recepción del mensaje mediático lo que da cartas de realidad.

El discurso postelevisivo se caracteriza pues por ser un relato fragmentado, de narratividad no lineal ni cerrada. Estéticamente, refleja una representación del mundo basada en el exceso, una inflación de las formas de corte neobarroco, proclive a la deformación, que deriva cada vez más hacia un concepto del entretenimiento que cae a menudo en lo grotesco y contribuye a determinar unos peculiares modos de sentir.

Así, en el entretenimiento, género predominante por encima del informativo, la televisión se espectaculariza a sí misma, como dispositivo festivo, potenciador de la euforia. Una manera de obviar la presión de lo real, de crear un mundo autorreferente, con sus propias reglas objetivas, que se autonomiza de la realidad objetiva.

Según Imbert, habría que poner en relación esta evolución de la televisión –el que el medio juegue con la realidad, la transforme, manipule, duplique o deforme– con un cierto déficit o desgaste de lo real y de los modelos de realidad ofrecidos por los medios. La televisión contemporánea se recrea en un doble de la realidad representado en paralelo a la realidad social, tendencia que se acentúa con el auge de la telerrealidad.



Estamos en una televisión que puede incluso llegar a prescindir de la realidad, a darle la espalda, hasta alcanzar un simulacro en “tercer fase”: el primero sería el espectáculo (la paleo-televisión), el segundo la simulación (la recreación de la realidad al modo de reality show en la neo-televisión), el tercero cuando la televisión juega con su propia representación y, mediante la deformación (lo grotesco), la parodia (la duplicación de la realidad), la reflexividad (zapping), la televisión se mira a sí misma, se contempla en su propio espejo, pero en un espejo deformado, que cae con facilidad en lo grotesco (Imbert, 2008: 16).

Esta evolución iría acompañada de ciertos cambios en el discurso público y las grandes representaciones de la realidad: imperativo del espectáculo y contaminación del modelo informativo –apuntado ya en las anteriores líneas–, la demanda de nuevos tipos de ficción, ancladas en lo social-racional –las sitcoms o “comedias de situación”– que cumplen una función especular, la vuelta del modo conversacional y puesta en espectáculo del habla –talk show, reality show–; la competencia de nuevas formas de actualidad, con sus peculiares modos informativos y su escenificación de lo íntimo –emborronamiento privado-íntimo–, y la emergencia de los formatos híbridos, que mezcla realidad y ficción, diluido por lo lúdico.

Con este breve retrato de la postelevisión se aprecia cómo se han creado nuevas formas de ver y de sentir que modifican profundamente el modelo narrativo. Más que nunca, la televisión está dividida entre la necesidad de informar –el imperativo de ver-saber todo– y el deseo de espectáculo fomentado por la cultura de masas, la transformación de la realidad en objetivo consumible como espectáculo. El bombardeo informativo necesita reactivar constantemente el interés, espectacularizar al máximo el mensaje para “no cansar”, “no aburrir”. Con todo ellos, se alimenta sobre el espectador la pulsión escópica, ese *deseo de ver* que cae a menudo en el voyeurismo.

## **I. CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE LA POSTELEVISIÓN**

A continuación, nos detendremos en algunos de los aspectos que se han considerado esenciales en la postelevisión y que, por tanto, son clave para su conceptualización. Estos son: la mirada como garante de la veracidad del discurso –para comprender esta idea se acude a la Teoría del Espectáculo (González Requena, 1999) y el papel que juega la mirada en ella–, la hipervisibilidad: la mostración extrema de la realidad que alimenta la pulsión escópica del espectador; la fragmentación del discurso y la dilución de las fronteras entre lo privado y lo público.

### **i. La imagen: el poder de la mirada**

El nuevo discurso televisivo, cada vez más espectacularizado, establece una nueva relación con el Saber, que se encuentra más vinculado con el ver que con el creer, es decir, se funda en lo que se ve sin pasar por la comprobación empírica ni la contrastación lógica. El ver se perfila como la garantía de “realidad”.

El discurso se desenvuelve en la verosimilitud más que en la verdad, en la apariencia más que en la autenticidad, se basa en el “poder idolátrico de la Imagen” (Sánchez Noriega, en Imbert, 2008: 25). Esta idea se une directamente con la neotelevisión de Umberto Eco vista antes, que se sustenta en la enunciación y no en el enunciado. Por ello, la mayoría de los imaginarios creados por la postelevisión se asientan sobre los mitos creados ya en la neo TV: el mito de transparencia –hipervisibilidad–, la ilusión de presente que crea el directo o el mito comunitario que constituyen los realities, con su ilusión participativa e identitaria.

Es el simulacro televisivo: algo que produce los mismos efectos que la realidad. La simulación como herramienta para llegar al máximo parecido con la realidad, y creíble porque establece una relación de adhesión in-mediata basada en el ver, sin ningún tipo de mediación<sup>3</sup>.

Se crea una intimidad propia del medio televisivo, que no corresponde con ningún modelo de socialidad existente y, por tanto, tampoco con ninguna realidad existente. Como la publicidad, la telerrealidad construye su propio universo referencial, más allá de la verdad, dentro de una lógica de la seducción, de la fascinación.

### **1. La teoría del Espectáculo**

Para entender esa lógica de la seducción, acudimos a la Teoría del Espectáculo de Jesús González Requena. Según este autor, un espectáculo se basa en la relación que se establece entre una actividad que se ofrece, un determinado sujeto que la contempla y la distancia que hay entre ambos. “La distancia se nos revela como huella de una *carencia*, la de ese cuerpo negado del espectador que, reducido a la mirada, se entrega a la contemplación de otro cuerpo esta vez afirmado –en su exhibición– y que por ello se manifiesta como necesariamente fascinante” (González Requena, 1999: 58).

Esos tres elementos –lo exhibido, la mirada y la distancia–, son los necesarios para una situación de seducción –el cuerpo que se exhibe tiene la intención de atrapar esa mirada, seducirla–. Y es a través de la seducción como el cuerpo adquiere su dimensión económica: por un lado, la pulsión escópica, el deseo de ver, por otro, un cuerpo instituido en mercancía y, entre ambos, el dinero –¿la audiencia?–, como mediador universal de todo valor de cambio (González Requena, 1999: 60). “El espectáculo se nos descubre así como la realización de la operación de seducción. Pero la seducción es, a su vez, el ejercicio de un determinado poder: el *poder* sobre el deseo del otro. Esta es la causa de que todo poder deba, necesariamente, espectacularizarse, pues sólo pervive y

---

<sup>3</sup> El que no haya función mediadora quiere decir que la televisión no se muestra como “puente” entre una realidad y los espectadores, sino que ofrece una experiencia y una mostración directa de ese mundo. De ahí la importancia y potencial de la imagen como elemento del discurso televisivo. En prensa o radio, el lector u oyente tiene que tener una postura más activa en la recepción del mensaje. En cambio, la televisión no necesita en muchas ocasiones de una actitud activa para que su idea o intención llegue al espectador. La imagen, con todo el contenido y significado que puede guardar, es un fuerte impacto para quien la recibe. De la misma manera, el análisis –tamizado– de esa información audiovisual también resulta más complicado.

se asienta el poder capaz de hacerse desear” (Ibídem). En este caso, el poder de los medios de comunicación y, concretamente, el de la televisión. Se exhibe, se muestra ante la mirada del espectador seducido al otro lado de la pantalla.

## **ii. La (mítica) hipervisibilidad**

La ilusión de transparencia se ha mencionado como uno de los mitos de la neotelevisión que fundamentan el relato de la postelevisión. Si la visibilidad en el discurso determina la espectacularidad del mismo, el nivel de mostración determina sus límites. El discurso postelevisivo se caracteriza por una hipervisibilidad, un efecto lupa que redundando sobre lo micro, lo subjetivo, lo cotidiano, y lo sobrevalora, lo erige en referencia dominante, descartando una visión más plural y diversa de la realidad social o, simplemente, humana, en su complejidad y variedad de matices<sup>4</sup>.

Esta forma de mostrar la realidad –fijación por el momento, por lo cotidiano, por lo anónimo; lo sorprendente y desconocido con foco en el espectador como protagonista– es la que alimenta ese voyeurismo moderno, el conocer y ver la intimidad de personas tan anónimas como el propio espectador. La hipervisibilidad es un recrearse en el ver hasta caer en lo “morboso”, llegando hasta los límites estéticos, éticos y de aceptación social del discurso.

Y lo visto en la pequeña pantalla se cataloga de “ilusión”, porque aunque al espectador le puede parecer que la televisión le acerca la realidad más objetiva a través del directo, el testimonio presencial y personal, o el gran número de noticias; lo que el medio ofrece al ciudadano es un discurso fragmentado, incompleto, subjetivo, singular, efímero, simplista y espectacularizado.

## **iii. Fragmentación**

Desde la neo TV, esa transparencia en la mostración ha ido creciendo hasta alcanzar otro nivel en la postelevisión: saturada de tanta transparencia, se recrea precisamente en la fascinación por lo residual, lo que queda de lo real, todo lo que gira en torno a lo que Imbert denomina accidente, “la vuelta al suceso”.

Esa fijación en los minúsculo y cotidiano en toda su aleatoriedad es lo que crea la fragmentación del discurso. Se da una percepción, puede que inmediata, de la realidad, pero en cualquier caso subjetiva, puntual, fractal, propiciando una visión caleidoscópica de lo que nos rodea.

---

<sup>4</sup> Umberto Eco sabe reflejar perfectamente ese efecto lupa e, incluso, la espectacularización del discurso: “La paleotelevisión quería ser una ventana que desde la provincia más remota mostrara el inmenso mundo. La neotelevisión (...) apunta la cámara sobre la provincia, y muestra al público de Piacenza la gente de Piacenza, reunida para escuchar la publicidad de un relojero de Piacenza, mientras un presentador de Piacenza hace chistes gruesos sobre los pechos de una señora de Piacenza, que lo acepta todo mientras gana una olla a presión. Es como mirar con un largavista al revés” (Eco, 2012:213).

Los grandes relatos, como paradigma del saber unitario, se ven sustituidos por microrrelatos fragmentados sin principio ni fin que nos hablan de una realidad inmediata y constantemente actualizada –la Información dominando sobre la Historia–, y que prescinden de su función mediadora entre la realidad y el espectador y se ofrecen como experiencias directas de aquello que muestran.

#### **iv. Lo privado y lo público: la intimidad televisada**

Ya se ha mencionado que en la evolución del medio televisivo, el espectador es integrado en el discurso, se pasa la palabra al espectador. Con ello, se produce una dilución de las fronteras entre lo privado y lo público, entre el dentro y el afuera.

La intimidad ha dejado de ser un objeto vinculado a lo no dicho/no visto, como lo era en la modernidad, para convertirse en objeto de escenificación espectacular, de reafirmación pública del sujeto, e incluso de conquista de un estatus social –los “famosos”–. Es importante lo de la reafirmación, pues esa intimidad guardada de la modernidad, es ahora, en la posmodernidad, la que públicamente identifica a la persona.

Todo se vuelve público: nada escapa a la mirada mediática. La demanda delirante de transparencia, la caída de todo velo se ve recompensada por esa mostración de la intimidad –muy vinculada a ese efecto lupa explicado anteriormente– que alimenta el voyeurismo del espectador. Todo es decible, porque ya no hay pantalla ni representación posible en el sentido simbólico de la palabra. La mostración desaloja la representación porque no remite sino a lo mismo.

El desvelamiento de la intimidad ya no es objeto de una expresión dolorosa, sino más bien de una expresión natural, casi feliz. El hablar de uno mismo es asumido como una realización y una plenitud –la idea de “ser uno mismo sin complejos”–. La intimidad llega a ser hoy una idea movediza, cuyos límites traza cada individuo y ya no una autoridad social, política, jurídica, religiosa o moral –los grandes relatos caídos en la posmodernidad–. La intimidad, de objeto particular –marca de lo propio, de lo local–, se ha transformado en objeto de lo universal, transversal, que trasciende el ámbito privado para ser global.

Y la tv es el objeto mediador de este acercamiento entre lo local y lo global. Más allá de ese efecto lupa, la televisión construye objetos que son perfectamente adaptables a otros contextos, exportables como productos de consumo masivo. Hay una especie de universalismo postmoderno, fruto de la globalización, que crea nuevos universales. Creemos cada vez menos en los valores públicos y más en valores privados, del ámbito de lo subjetivo: la intimidad es uno de ellos, y crea nuevos rituales en torno a su escenificación, que cobran valor mítico.

## II. GÉNEROS Y FORMATOS DE LA POSTELEVISIÓN

Para abordar la telerrealidad como género central de la postelevisión, trataremos en primer lugar los tipos de programas, los géneros y formatos que se pueden encontrar en la televisión actual en general, conforme al análisis de Umberto Eco (Eco, 2012: 196-204). Según el autor, existe una dicotomía fundamental a la que recurren tanto el sentido común como muchas teorías de la comunicación para definir la realidad. Siguiendo esa separación, los programas televisivos pueden dividirse en dos grandes categorías: programas de información y programas de fantasía o de ficción.

Los programas de información son aquellos en los que la tv ofrece enunciados acerca de hechos que se verifican independientemente de ella. En esta programación, el público espera que el medio cumpla con su deber: primero, diciendo la verdad, segundo, diciéndola según unos criterios de importancia y de proporción y, por último, separando la información de los comentarios.

Los programas de ficción, habitualmente denominados espectáculos –drama, comedias, óperas, películas, telefilms–, serían aquellos en los que el espectador pone en ejecución por consenso –por los códigos de lenguaje empleados en el mensaje– lo que se llama “suspensión de la incredulidad” y acepta por juego tomar por cierto y dicho seriamente aquello que es en cambio efecto de construcción fantástica.

Hasta aquí la teoría. En realidad, desde hace tiempo y como se ha ido viendo a lo largo del presente trabajo, se está dando una dilución entre los contenidos de información y de entretenimiento, con mayor presencia de los segundos. El problema de la veracidad de los enunciados empieza a ser ambiguo, mientras que la veracidad del acto de enunciación es absolutamente indiscutible: el presentador está allí, frente a la cámara, y habla al público, representándose a sí mismo y no a un personaje ficticio.

Como ejemplo de dicha dilución: el “programa contenedor” –lo que puede ser el magazine de la mañana– donde, por algunas horas, un conductor habla, hace escuchar música, presenta una escenificación y después un documental o un debate e incluso noticias. En este punto, hasta el espectador más experimentado puede llegar a confundir los géneros.

Así, la postelevisión está vinculada a un macrogénero, la telerrealidad, y a la aparición de nuevos formatos: los reality shows –1ª y 2ª épocas–, los talk shows –con sus derivas hacia el cotilleo–, o los concursos de convivencia, supervivencia y superación. En estos programas se retoma, trivializándolos, géneros periodísticos tradicionales como el debate, la entrevista o el reportaje, y los integran en programas contenedores y concursos, con fines de entretenimiento, y, a veces, pretensiones sociológicas (Imbert: 2005). Retomamos la obra de Gérard Imbert para conocer el concepto de telerrealidad.

### **i. La telerrealidad**

Cada género tiene un modo diferente de presentación de la realidad: el informativo procura restituirla, el reality reconstruirla, la ficción imitarla. La telerrealidad se va a esforzar en experimentarla (Missika, en Imbert, 2008: 74).

La postelevisión se vincula a la aparición de la telerrealidad. Este género se recrea en la creación de mundos posibles, engendrados por el propio medio. Mundos que ya no escenifican contenidos narrativos estructurados sino, simplemente, la relación misma entre el medio y el sujeto. Por ello, el reality-show es el máximo exponente del género.

En estos programas se establece una nueva narratividad en la que desaparece el narrador, la acción se reduce al mínimo, el espacio-tiempo está fuertemente delimitado –no hay casi cambios de espacios– y todo se limita a los personajes –construidos en el propio relato–. El discurso se ancla en una fuerte oralidad, en una permanente verbalización del ser, no en términos de identidad sino mediante el *estar*, sin más, y un representarse a sí mismo, en términos narrativos, un construirse como personaje.

Estaríamos ante lo que Missika llama una “televisión pigmalion”, una televisión que fabrica su criatura y le permite transcender su estado de origen, que da a ver unos procesos de transformación y de superación del “Yo” (en Imbert, 2008: 33). Se da el paso de los realities de primera generación en los que el sujeto es sometido a la confesión pública de sus traumas y errores, sin más, a lo que Imbert denomina una “televisión intervencionista”. Una televisión que no solo escucha, sino que también se presenta como el último recurso. Es capaz de dar solución a los problemas sin salida consiguiendo una transformación milagrosa de la situación personal o familiar mediando en los conflictos o enviando a asesores y expertos. Es, en fin, una televisión transformadora de la realidad y que restablece el vínculo social (Ibídem).

El análisis de Missika marca el fin de un modelo televisivo –paleo y neo –y el advenimiento de otro: lo que llamaré la postelevisión, una televisión más lúdica, que juega con los roles y rompe con el pacto de verisimilitud que ha dominado todo el relato moderno. Una tv que no duda en afirmarse como instancia, mediadora activa en las relaciones humanas y agente de la transformación social, aunque sea en ámbitos reducidos o en el microcosmos de la familia (Imbert, 2008:34).

En los reality shows se da una dilución de las fronteras entre universos de representación, hasta no poder afirmar si estamos en la espontaneidad de lo vivencial –el dejar-hacer de la vida cotidiana –o en la construcción y manipulación de lo narrativo –el hacer-hacer del relato de ficción –.

El concepto del “entre-deux televisivo” está relacionado con los reality shows y, en general, con la postelevisión. Se trata de la inclinación de esta a jugar con los límites en su representación de la realidad y la tendencia a crear espacios intermedios. Así es como

puede coexistir lo mejor –cotidiano, confort familiar– y lo peor –la guerra, las catástrofes–. Se pasa de lo dramático –discursos basados en la máxima tensión– a lo más relajado –los basados en la distensión–, o de lo más cercano –la intimidad– a lo más lejano –representaciones del otro– (Mongin, en Imbert, 2008: 60).

### III. EL DISCURSO TELEVISIVO DOMINANTE

Por último, a las características de la postelevisión mencionadas anteriormente y tomadas de la obra de Gérard Imbert –poder de la imagen, hipervisibilidad, fragmentación, relación de lo privado y lo público–, es interesante sumar los aspectos que, según González Requena, componen el Discurso Televisivo Dominante. Un discurso, como se ha dicho ya, *límite*, ya que teniendo todos los rasgos para reconocerse como discurso, juega una dinámica de espectacularización que erosiona su funcionamiento discursivo. Dichos rasgos son los siguientes (1999: 112)<sup>5</sup>:

- Aparente plena legibilidad. Todo programa se pretende absolutamente comprensible para cualquier espectador, lo que hace que se caiga en la obviedad, la banalidad y la redundancia. Es decir, absoluta accesibilidad y ausencia de cualquier tipo de trabajo del espectador.
- La sistemática fragmentación y redundancia se suman a la continuidad permanente del discurso –carencia de clausura–. Se ofrece un espectáculo incesante y omnipresente.
- En el discurso el trabajo –esfuerzo y sacrificio– y el cuerpo –la realidad corporal– están excluidos y donde todo sistema axiológico tiende a ser vaciado y donde los únicos valores reinantes son el *look* y el *light*, el sexo –visual– y el dinero en su calidad de fetiches universales.
- Es un discurso desimbolizado, imaginario, especular, que tiende a resquebrajarse y a hacer emerger tan insistente como compulsivamente lo que tendía a tapar; lo real-siniestro –lo real ausente de toda estructuración simbólica y de toda configuración imaginaria– como agujero negro que rechaza todo sentido y deseo.

---

<sup>5</sup> En su análisis, González Requena ve al spot publicitario como la matriz del Discurso Televisivo Dominante: “Los rasgos más característicos del discurso televisivo dominante que hemos analizado hasta aquí muestran cómo la lógica discursiva del *spot* se expande por todo el tejido de la programación (...) El discurso televisivo dominante en su conjunto realiza y expande la oferta publicitaria, es decir, esa oferta incesante de un mundo –imaginario– fragmentado en multitud de objetos y sucesos absolutamente accesibles sin esfuerzo alguno, plenamente ofrecidos al consumo de la mirada espec(tac)ular” (González Requena, 1999: 112).

### **3. APROXIMACIÓN ANTROPOLÓGICA A LA POSTELEVISIÓN**

A continuación, tras presentar y conocer el concepto de postelevisión en el apartado anterior, vamos a situar a este en el ámbito de la antropología cultural de la mano de la teoría de Jesús González Requena. La antropología cultural entendida, como el propio autor dice, como un espacio donde la semiótica del discurso, enriquecida por la reflexión psicoanalítica sobre el lenguaje, se ve obligada a articularse sobre las nociones de sujeto, inconsciente y deseo (González Requena, 1999: 146).

El mundo fragmentado y totalizador de la postelevisión, ofrecido a la mirada voraz del espectador en una relación dual, imaginaria, escópica, se parece inquietantemente a ese otro mundo, a la vez fragmentado, seductor y absoluto que lo constituyera todo para el individuo en el comienzo de su existencia. El psicoanálisis lo llama la madre primordial (1999: 113).

Así, González Requena pone en relación, como se explicará a continuación, el discurso de la postelevisión con el discurso psicótico, como ejemplo de discurso límite y de fractura, y con la trama edípica, como dispositivo crucial para que el sujeto acceda a ese orden simbólico que se ha perdido.

#### **I. EL DISCURSO PSICÓTICO**

Aunque en un principio pueda resultar extraño el abordar el habla del psicótico en un trabajo sobre el discurso televisivo contemporáneo, González Requena, siguiendo parcialmente a Jacques Lacan, encuentra una serie de puntos en común entre ambos. Por eso se toma su obra para exponer a continuación las características principales del discurso psicótico (González Requena, 1999: 148-151).

Del encuentro del análisis semiótico con el análisis clínico surge el análisis del discurso psicótico. El habla del psicótico se descubre como un fenómeno de primera magnitud para la reflexión semiótica: un espacio del lenguaje donde, literalmente, el discurso es objeto de toda una serie de tensiones que apuntan hacia su fractura. Por ello, los rasgos del discurso televisivo aportados en el primer epígrafe adquieren una nueva luz si los observamos en relación con este tipo de discurso.

En el discurso psicótico se manifiesta todo lo que el lingüista puede imaginar como descomposiciones de la función del lenguaje (Lacan, en González Requena, 1999:148). El psicótico trata desesperadamente de afirmarse en el lenguaje, de aferrarse al orden del significante, pero su discurso, como explica Jacques Lacan, sufre el despliegue separado y puesta en juego de todo el aparato significante: disociación, fragmentación, movilización del significante en tanto palabra, palabra jaculatoria, descomposición del discurso interior, que marca toda la estructura de la psicosis.

Su disociación, se hace incesante y vacía, cargada de estribillos que se repiten una y otra vez. Se prolonga indefinidamente en busca de una coherencia que sin embargo se



manifiesta una y otra vez imposible. “Habla todo el tiempo... no cesa de hablar para no decir nada” (Lacan, en González Requena, 1999:149).

En conclusión, el habla del psicótico señala una falta de simbolización, un determinado agujero negro que desarticula la red del lenguaje y que provoca en el psicótico una regresión al estadio del espejo y la imposibilidad de identificación/diferenciación.

Un déficit de simbolización que, según Lacan, responde a la ausencia –al fracaso– de la función paterna (del Nombre-del-Padre), es decir, de esa instancia exterior a la relación dual, y heterogénea a sus elementos especulares, que permita ordenar y distanciar las identificaciones imaginarias (Ibídem).

En lo que se refiere a la realidad “objetiva” –el contexto referencial que rodea a los sujetos– se ve abocada a su desmoronamiento delirante en ausencia del aparato simbólico que permita articularla. La falta de un discurso hace imposible el dar orden a lo real<sup>6</sup>: la equilibración, la situación justa del sujeto humano en la realidad depende de una experiencia puramente simbólica, de una experiencia que implica la conquista de la realidad simbólica en cuanto tal (Lacan, en González Requena, 1999:150).

## **II. EL DISCURSO PSICÓTICO Y EL DISCURSO DE LA POSTELEVISIÓN**

Una vez vistas las características principales del discurso psicótico se puede reconocer en ellas los aspectos que conforman el discurso televisivo contemporáneo: una sistemática descomposición de la función del lenguaje: disociación, fragmentación, fractura general del discurso y, al mismo tiempo, una continuidad permanente –D ausencia de clausura– y redundancia. Un discurso, en suma, omnipresente, constante, pero vacío.

Pero, el punto común destacable es esa falta de simbolización: supresión del universo referencial y cierre autorreferencial del discurso televisivo, que irrealiza el mundo para convertirlo en espectáculo –delirante–, es decir, caracterizado por esa “invasión imaginaria de la subjetividad” que se traduce en una “dominancia realmente impactante de la relación de espejo” (González Requena, 1999: 151).

Si en el discurso psicótico “la estabilidad misma de la imagen especular se ve amenazada”, lo mismo ocurre en la postelevisión. La televisión se mira a sí misma, en su propio espejo, pero en un espejo deformado, que cae con facilidad en lo grotesco (Imbert, 2008: 16). Lo grotesco entendido como todo aquello que resulta cómico por su efecto caricaturesco, burlesco y extraño; como la deformación significativa de una forma

---

<sup>6</sup> Vemos como el discurso psicótico también nos conduce de alguna manera a la crisis de la modernidad y a la falta del relato –de los grandes relatos –que daba “forma” a la realidad y ayudan al sujeto a conocerse y a conocer la realidad.

conocida y reconocida como norma (Pavis, en Imbert, 208:44). Y que mejor forma conocida y reconocida como norma que el reflejo del sujeto mismo.

El espectador –y su deseo– queda así adherido a esa eclosión del universo imaginario, a ese doble seductor y hueco. Un doble especular que hablará signos, verbales o gestuales, vaciados de toda dimensión simbólica: son signos que nunca se resisten a lo que el espectador espera, que se anticipan a él para devolverle su propia palabra –la doxa, el sentido común, la palabra hueca de la identidad especular–; algo muy semejante, en suma, a esa “alucinación verbal” por la que psicótico oye en boca del otro su propia palabra (González Requena, 1999: 152). En conclusión, no hay intercambio simbólico alguno.

El mundo televisivo existe, pero sólo es en cuanto que es imaginario, puro fetiche. Se parece al mundo real y trata de superponérsele totalmente, pero diverge de él inevitablemente –pues excluye dolor, el trabajo, el sacrificio –, y no logra recubrirlo del todo. Y así, la inevitable escisión esquizoide entre ambos mundos conduce a una tendencial *abolición psicótica de lo real* (González Requena, 1999: 157).

Es precisamente por eso por lo que tanto el discurso psicótico como el televisivo se prolongan indefinidamente y no clausuran: son incapaces de depositar una palabra que no sea hueca, que no se anule en gesto especular, es decir, que posea una densidad simbólica, que interpele al espectador como *diferente*, como alguien dotado de un ser fuera del espejo (González Requena, 1999: 152). Y si esto sucede es porque toda la maquinaria televisiva construye su discurso –el reflejo del espejo– en base a un espectador tipo, el espectador medio. Persona que solo existe en el interior de los medios de comunicación de masas (Ibídem).

### III. LA TRAMA EDÍPICA, ORDEN DE LO SIMBÓLICO

Como se ha indicado anteriormente, todo espectáculo, también el televisivo, se articula sobre esa relación dual, imaginaria, especular, entre una mirada, una distancia y un cuerpo que se exhibe como imagen que fascina. Para comprender el deseo que sustenta esta relación espectacular, entraremos en el campo del psicoanálisis y en lo que Jacques Lacan denomina *la identificación imaginaria*. De nuevo, seguimos el trabajo de González Requena, quien a su vez sigue la línea de Lacan (González Requena, 1999: 60-66):

En el comienzo de la vida humana, la madre es objeto pleno de amor –de alimento, de confort, de seguridad, de placer–, pero esta madre, de quien hasta hace bien poco el bebé se creía indistinto, se convierte pronto en algo inconstante. En esa situación de total dependencia y amenaza de pérdida de la madre, el niño comienza a elaborar la diferencia entre el dentro y el fuera, entre el yo y el no yo, a percibir los límites de sí.

El pequeño no sabe todavía qué o quién es. El descubrimiento del afuera es también el descubrimiento del otro y experiencia nuclear de la carencia: el otro es aquello de lo que se carece y, por tanto, objeto de deseo. Es decir, el sujeto construye su imagen de sí – del yo– sobre el modelo del otro, sobre lo deseado.

La imagen del otro es como un espejo: el sujeto, antes de que el lenguaje le permita pensarse, nombrarse, se construye sobre la imagen misteriosa del otro, pues lo que desea en fin es ser deseado por el otro. Así, el ojo –la mirada– se posiciona como el órgano sustentador de esa relación escópica y como testigo del límite y la distancia que separa al sujeto del otro. Si lo pensamos aplicándolo ya al modelo televisivo, qué quiere el sujeto/espectador más que ser deseado por la televisión y aparecer en los programas que le seducen, que son deseo para él.

En este vínculo narcisista, la tensión erótica se mezcla con la tensión agresiva. En el interior del sujeto se forma desde el principio una dualidad, se encuentra el propio yo y el otro –la imagen creada–:

En esta relación, el deseo del sujeto sólo puede confirmarse en la competencia, en la rivalidad absoluta con el otro, por el sujeto hacia el cual tiende. Cada vez que nos aproximamos, en un sujeto, a esta alienación primordial, se genera la agresividad más radical: el deseo de desaparición del otro, en tanto el otro soporta el deseo del sujeto (Lacan, en González Requena, 1999: 64).

La mirada, como soporte de la relación, toma un papel erótico, de atracción, y al mismo tiempo destructivo, es decir, el individuo busca apropiarse totalmente del otro, devorarlo, negarle como diferente.

Solo existe, pues, una salida para los marasmos de la relación imaginaria: que la economía dual sea reestructurada por un tercer término heterogéneo que desbloquee la relación de fascinación-destrucción y deje una salida exterior al deseo del sujeto. Esa tercera persona es el padre simbólico:

El complejo de Edipo significa que la relación imaginaria, conflictual, incestuosa en sí misma, está prometida al conflicto y a la ruina. (...) Hace falta una ley, una cadena, un orden simbólico, la intervención del orden de la palabra, es decir del padre (Lacan, en González Requena, 1999: 65).

En conclusión, en la relación espectacular es necesario que el símbolo cubra el cuerpo para que este no solo se exhiba, sino que ofrezca algo más. Que lleve consigo un sentido –un contenido–. El gesto deja de agotarse en exhibición, en oferta especular, para introducir una cierta densidad, una cierta resistencia. En lo simbólico, a través de su acceso al universo del lenguaje, el sujeto será nombrado, podrá reconocerse como algo más que imagen especular. Podrá construirse, identificarse y diferenciarse.

El fundamento simbólico del padre hace posible esa separación y todo lo que algunos consideran las conquistas de nuestra civilización: el espacio del individuo, la libertad, la autonomía... Todo el universo individual, autónomo, opuesto a la fusión sin fisuras con la tribu. El sujeto da con el sentimiento de armonía absoluta con el cosmos, de estar en un lugar donde no hay fisuras ni contradicciones (González Requena, en Gobantes Bilbao, 2014: 58-59). La caída del relato simbólico, del padre, en fin, muestra pues las fisuras y tensiones del ser humano consigo mismo y con el mundo que le rodea.

#### **IV. LA CULTURA Y EL SENTIMIENTO DE CULPA**

El término “cultura” designa la suma de las producciones e instituciones que distancian nuestra vida de la de nuestros antecesores animales y que sirven a dos fines: proteger al hombre contra la Naturaleza y regular las relaciones de los hombres entre sí. Aceptamos como culturales todas las actividades y los bienes útiles para el hombre. (Freud, 1992: 33). Esta descripción de la cultura nos deja muy cerca de la función de los grandes relatos. Es más, como explica González Requena, la cultura es texto y el ser humano es producto de esa textualización (en Gobantes Bilbao, 2014: 155).

En *El malestar en la cultura*, Freud recoge la siguiente afirmación: nuestra llamada cultura llevaría gran parte de la culpa por la miseria que sufrimos, y podríamos ser mucho más felices si la abandonásemos para retornar a condiciones de vida más primitivas (1992: 30). Como razona más adelante este autor, la libertad individual no es un bien de la cultura, pues era máxima antes de toda cultura, pero sí que el desarrollo cultural le impone restricciones a esta libertad. Por consiguiente, ese anhelo de libertad se dirige contra determinadas formas y exigencias de la cultura, o bien contra esta en general (1992: 39-40).

Cuando la modernidad ensaya desmontar todos los mitos se cree dos cosas: una, que va a alumbrar un mundo mejor, y dos, que ese mundo podrá vivir sin mitos. Creo que se puede constatar que lo que ocurre es todo lo contrario, que sin darnos cuenta, dado que no podemos vivir sin mitos, retornamos a mitos más arcaicos, más reaccionarios, menos progresistas (González Requena, en Gobantes Bilbao, 2014: 64).

Así, la cultura se plantea como el conjunto de los textos que ordenan lo real y hacen posible la relación del ser humano con su entorno y con sus semejantes. Es decir, la cultura como sinónimo del padre simbólico. ¿Y qué función tenía el padre? La función de mediar entre madre e hijo y controlar la pulsión agresiva del sujeto surgida de esa relación especular. Una tendencia agresiva instintiva, innata y autónoma del ser humano, que se plantea como el mayor obstáculo con que tropieza la cultura. Y por ello la evolución cultural puede ser definida como la lucha de la especie humana por la vida (Freud, 1992: 63).

La represión cultural de las pulsiones más primarias es la causa, según Freud, de la aparición del sentimiento de culpabilidad. La agresión –la pulsión violenta– es introyectada, internalizada, devuelta al lugar del que procede: es dirigida contra el propio yo, incorporándose a una parte de éste, que en calidad de super-yo se opone a la parte restante, y asumiendo la función de “conciencia” (1992: 64).

Lo que despierta el sentimiento de culpa es aquello que se entiende como “malo”, pero muchas veces lo malo ni siquiera es lo nocivo o peligroso para el yo, sino, por el contrario algo que a este le procura placer (Freud, 1992: 65). Nos encontramos aquí con el deseo y, por tanto, con la razón del anhelo de esa libertad individual que se entiende coartada por las restricciones culturales.

Jesús González Requena habla de la noción de culpa como la otra cara de la noción de compasión: no hay compasión sin culpa ni culpa sin compasión; el sentimiento de culpa es un sentimiento que está directamente vinculado al saber del dolor del otro (en Gobantes Bilbao, 2014: 57).

Freud ya apreció en la primera mitad del siglo XX la desaparición de la culpa. El contexto de posmodernidad en el que nos enmarcamos nosotros se caracteriza, como se ha dicho al comienzo, por la “crisis del mito”, la caída del relato simbólico –del padre–, que facilita ese discurso televisivo fragmentado, vacío, sin clausura, absolutamente reiterante... pero ¿Y qué consecuencias deja la desaparición del sentimiento de culpa?

## **V. LA POSTELEVISIÓN Y LAS PULSIONES**

Todo texto tiene confines, por oposición a lo real, que sí es infinito. De modo que un texto tiene un centro y ese centro es un lugar de especial densidad. El discurso de la postelevisión pertenecería al tipo de discurso de la deconstrucción: unos discursos de estructura perversa en los que opera una suerte de pánico al centro, al orden. Un discurso basado en la idea de que todo es posible y nada es inevitable, una fantasía de libertad absoluta; una huida de las restricciones –culturales– (González Requena, en Gobantes Bilbao, 2014: 87-89).

Porque resulta preferible que el texto pudiera decir cualquier cosa. Cuanto más te toca un texto, más te toca por algo de índole inconsciente y tu consciencia se va a defender con más fuerza del motivo real por el que te toca. Y más incómodo te vas a sentir ante la idea de que hay un texto que te aguarda y del que te estás defendiendo. Preferirías la fantasía de que ese es un texto maravilloso que dice mil cosas, lo que te permitiría escapar de la cosa que realmente te dice. Ésa que es la que realmente de escuece (2014: 91).

Este razonamiento explicaría la evolución de la televisión hacia la espectacularización, el entretenimiento y la banalidad. Así, lo mostrado por la postelevisión no se corresponde con una imagen estable de la realidad, sino que se caracteriza por la irrupción de contenidos inauditos, que buscan el impacto, son factor de desequilibrio,

con un desplazamiento de los límites de lo representable, sobre todo en lo referente a sexo, muerte y violencia (Imbert, 2008: 100). La violencia, por tanto, de la misma manera que la intimidad, se convierte en objeto de consumo.

Ya se ha indicado que la televisión funciona como espacio de condensación del imaginario social y como lugar de identificación, pero también de proyección de pulsiones “inconfesables” –espacio de visibilización de lo invisible–, donde confluyen dudas, contradicciones, que se resuelven en permanentes tensiones entre pulsiones contrarias; por eso, Imbert lo ha calificado de *espacio ambivalente* (2008: 99).

Así, ese rechazo a la cultura, tal y como aquí se ha recogido, supone pues la caída del relato simbólico –que crea el caldo de cultivo idóneo para el discurso posttelevisivo– y por ende, la desaparición del sentimiento de culpa, que permitiría soportar y sostener dicho discurso, al mostrarse este como escape de las pulsiones humanas. El reality show, como mayor exponente de la telerrealidad, es el mejor ejemplo de la desaparición de la compasión frente al televisor:

La pulsión tiene un componente netamente violento. Hay una agresividad natural en el ser humano y hacia donde nos llevan los reality es a participar en un acto de agresión: ¿quién no disfruta ahí? No lo olvidemos: al ser humano se le postula una determinada dignidad, y rebajarle de esa dignidad y colocarle en el plano de la basura es excitante y genera pasiones. Por eso es tan importante la noción de compasión; precisamente porque desde la compasión puedes poner freno a esa tendencia natural a gozar con el sufrimiento y la humillación del otro (González Requena, en Gobantes Bilbao, 2014: 111).

Es lo que Imbert denomina *violencia identitaria*, que se manifiesta, por ejemplo, en el ritual de confesión de estos programas de convivencia, cuando el sujeto se derrumba y airea sus intimidades y debilidades frente a la cámara. Una violencia que descansa sobre figuras negativas: humillación, confesión bajo efecto de un detector de mentiras, puesta a prueba de la capacidad de resistencia, de la paciencia, regresión a recuerdos traumáticos... castigos que conducen al sujeto a sacrificar su imagen (Imbert, 2008: 162).

El sujeto se juega su imagen, el personaje que se construye desde el inicio del programa. Un sujeto televisivo *sui generis*, en palabras de Imbert, que no tendría nada que perder en términos de valores morales como la dignidad o el sentido del ridículo (Imbert, 2008: 63). El autor también menciona la autenticidad, sin embargo, consideramos que el sujeto sí que tiene algo que perder en ese sentido porque lo que la televisión vende es su autenticidad, su espontaneidad sin mediación ante las cámaras. El sujeto navega entonces en ese entre-deux, y nos coloca entre la admiración y el rechazo, la seducción lúdica y el asco moral (Ibídem). Es cuando el personaje baja a ese nivel de “basura” – pese a la extensión de la cita, esta se reproduce por su valor e interés–:

La basura es muy excitante. La cultura, en buena medida, pone freno a la basura: busca vías de sublimación. (...) Para analizar este tipo de cuestiones el pensamiento marxista es extraordinariamente útil: la televisión realiza la intuición de Marx de que el capitalismo pone en marcha un proceso de conversión de todo, y todo es todo, en mercancía. Así, la última fase del capitalismo no es la fase publicitaria, es la fase de la basura. La conversión de la basura en mercancía. Y eso pasa por la conversión de los individuos en basura mercantil. El reality show se sitúa netamente en ese eje. Pienso que la gente que tiende a no confesar que ve reality shows es porque le da vergüenza reconocer que disfruta con la basura. Y en eso se equivoca porque con la basura disfruta cualquiera (González Requena, en Gobantes Bilbao, 2014: 111).

Ese malestar constituye en sí mismo, por paradójico que pueda resultar, parte constitutiva del disfrute que el espectáculo televisivo ofrece (González Requena, 2009: 42). Según el catedrático, la estrategia de la enunciación del programa es llevar al sujeto a una situación en la que termina por caer la máscara social con la que vela –y preserva, y así hace posible– su intimidad (2009: 80). Esa máscara con la que el ser humano se identifica, se construye y se diferencia del resto.

Cuando la naturaleza del ser humano –sus pulsiones– queda libre sin los frenos de la cultura y de los grandes relatos, se quiebran los valores que construyen al hombre como tal: el respeto, la compasión, la autonomía...y la intimidad. “La noción de persona que nuestra civilización ha construido –sin duda una de las más valiosas aportaciones que ha realizado a la cultura universal– presupone un espacio interior, y éste solo es posible cuando una máscara lo ciñe, lo acota y vela” (Ibídem).

En *Apología de la máscara*, González Requena recuerda que antes de la televisión, otros espectáculos como el teatro o el cine ya apelaban a las emociones humanas. Pero lo hacen a través de unos actores que interpretan unos personajes –se ponen una máscara–, mientras que la televisión es *el espectáculo de lo real*, ahí nadie re-presenta a nadie (2009: 42-43). Si en unos espectáculos se construyen una intimidad y unos sentimientos, en la televisión, por el contrario, los sentimientos más íntimos se desnudan y destruyen de una manera “constante, insistente, masiva” (González Requena, 2009: 41).

Mientras, todo el dispositivo del programa es netamente distanciador: se trata de cortocircuitar toda identificación, de provocar un radical distanciamiento que abra la espita del desprecio y, en esa misma medida, de un sórdido goce (González Requena, 2009: 66). Sin ningún tipo de compasión, “por el contrario, excitación puntual y luego cansancio, aburrimiento, desprecio” (González Requena, 2009: 75).

La televisión ofrece un discurso tan vacío como destructivo. Porque sin nada que nos identifique y diferencie del otro; sin una intimidad que guardar –la nuestra– y que respetar –la del prójimo–, todos somos iguales frente al televisor. Y disfrutamos con la misma basura.

#### 4. CASO PRÁCTICO: *HERMANO MAYOR*

En este último epígrafe se va a analizar uno de los programas de televisión que se emite actualmente en España: *Hermano mayor*. Vamos a tratar sus principales características y vamos a ponerlas en relación con los aspectos que describen a la postelevisión, según se ha abordado este concepto en el apartado teórico del trabajo.

*Hermano Mayor* es un programa de televisión español emitido en la cadena Cuatro y producido por Plural Entertainment. Se enmarcaría en el género del docudrama, dentro del macrogénero de la telerrealidad. Comenzó sus emisiones en 2009 hasta la actualidad. Está en la línea de otros programas de la misma cadena como *Supernanny*, *SOS adolescentes* o *El Campamento*, que parten con un fin educativo. El programa fue calificado como “no recomendado para menores de 12 años” hasta 2014, cuando pasó a “no recomendado para menores de 16”.

Cada uno de los episodios, de una duración aproximada de 55 minutos, está protagonizado por un joven de entre 18 y 23 años que tiene una relación conflictiva con sus padres. La figura del “hermano mayor” aparece en la vida de la familia para mediar en el conflicto y poner solución a la violencia física y psicológica que el chico o chica ejerce sobre sus familiares.

Pedro García Agudo es el hermano mayor. Un ex waterpolista que, como el mismo dice en su presentación en el programa, tras alcanzar la gloria y el éxito, él mismo destruyó su carrera. Después de ganar la “batalla de las adicciones”, ayuda a “jóvenes rebeldes” a encauzar sus vidas. En ese objetivo le ayuda también la psicóloga Sonia Cervantes.

En abril de 2015 se conocía la noticia de que García Agudo abandonaba el programa por motivos personales. Cuatro meses después se confirmaba que el boxeador Jerónimo García y la psicóloga Bárbara Tovar se encargarán del programa a partir de la próxima temporada, que será ya la octava.

A continuación, se presentan los análisis de dos de los episodios de *Hermano mayor*: *Dakota* (T07XP02) y *Joan* (T07XP06). Son dos de los trece capítulos que componen la séptima temporada del programa, la última en emitirse completa. Se ha querido trabajar un episodio protagonizado por una chica y otro por un chico. Para ello, se realizaron dos sorteos, uno entre los capítulos de la séptima temporada protagonizados por chicas y otro sorteo entre los de chicos.



## I. ANÁLISIS I: DAKOTA (T07XP02)

La estructura del programa responde al esquema de introducción, nudo y desenlace. En la primera parte se hace un seguimiento de la familia en su día a día, principalmente, en su hogar. Las cámaras acompañan a la protagonista en su vida cotidiana para mostrar el conflicto de la joven con sus padres. El nudo de la historia es la aparición del “hermano mayor”. Pedro García Aguado aterriza en la vida de estas personas anónimas para intentar solucionar sus problemas. Con una serie de puestas a prueba, enfrenta a Dakota a la realidad y sus problemas para que sea consciente de sus actos y de sus consecuencias. La tercera y última parte, bastante breve, es en la que emerge el sentimiento de culpa en la protagonista. Entra en consciencia y se predispone a cambiar su actitud con sus padres y a poner orden en su vida.

Antes de todo, en el primer minuto, se presenta a la protagonista del episodio: lo primero que escuchamos es “Dakota”, su nombre. En pocos segundos se nos dibuja al personaje: unas cuantas imágenes de la chica a cámara acompañadas de cuatro datos: 19 años, déspota, violenta, implacable. Todo narrado por la voz de García Agudo.



Se ofrece a Dakota como *un caso*: “Dakota, como el 35% de los jóvenes que consumen alcohol buscan pelea (...) Si Dakota bebe alcohol se convierte en un auténtico demonio”. Tras su presentación, la de García Aguado en la cabecera del programa.

En tan solo minuto y medio, ya podemos apuntar un aspecto importante del discurso: a quién se da voz en el programa. En *Hermano mayor* se aprecia la principal característica de la neotelevisión –que luego continuará en la postelevisión–: se deja el discurso institucional, dispensador de cultura y legitimado en la palabra del experto, para integrar en el discurso televisivo al espectador, al hombre común. No se observa la realidad general de ese 35% de los jóvenes, sino que se hace foco en Dakota. Es el efecto lupa: el gusto por el microrrelato, la vuelta al suceso. Aunque se pueda dar la apariencia de una percepción inmediata de la realidad, en cualquier caso es una percepción puntual, subjetiva, fractal... Esa fijación en lo minúsculo y cotidiano de la vida de Dakota es lo que en la teoría fundamenta dos aspectos clave de la postelevisión: la hipervisibilidad y fragmentación del discurso.

En la primera parte del relato, el seguimiento de la protagonista, se ofrece una secuencia con varias escenas violentas de la hija hacia los padres: gritos, insultos, empujones, amenazas, agresiones físicas, destrozos en casa..., durante 15 minutos. Consideramos que el receptor disfruta de estas escenas, núcleo del discurso. Prueba de ello es la

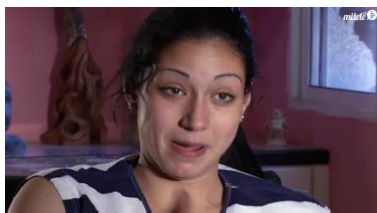
audiencia que lo mantiene en parrilla. Las imágenes alimentan esa pulsión escópica, el deseo de ver y conocer la intimidad de personas tan anónimas como el propio espectador.

Sin embargo, la intimidad no solo es objeto de escenificación espectacular, también sirve como (re)afirmación pública del sujeto. La intimidad de Dakota y de sus padres –lo que cada uno escondía tras la máscara arrancada en el programa– es con lo que únicamente se construyen sus personajes. De la protagonista, su violencia e ira. De los padres, aunque no conocemos todavía sus nombres, sí su impotencia y angustias.



- Padre: (Ante las faltas de respeto de su hija) Tienes una edad judicial.
- Dakota: Y, ¿Quién me va a denunciar, tú, que eres mi padre? ¡No tienes huevos...no tienes huevos! Y mira, si alguna vez tú (a su padre) o tú (a su madre) seríais capaces de denunciarme, di que de la cárcel se sale... pero del cementerio no”.

Como vemos, el discurso se ancla en una “fuerte oralidad, en una permanente verbalización del ser”. Es decir, los personajes se construyen y se representan a sí mismo por el mero hecho de estar. El desvelamiento de la intimidad ya no es objeto de una expresión dolorosa, sino más bien natural: el ser uno mismo sin complejos.



- Dakota: Beber me hace sentirme...yo. Me encanta la pelea.

*Hermano mayor* crea sus personajes para luego dar a ver unos procesos de transformación y de superación del “Yo”. Es lo que Imbert llama “televisión intervencionista”, siguiendo la línea de la “televisión pigmalion” de Missika. En ella no solo se somete al sujeto a la confesión pública de sus traumas y errores, sino que acude al medio como último recurso: la televisión es capaz de dar solución a un problema sin salida consiguiendo una transformación milagrosa de la situación personal o familiar enviando a asesores y expertos.

Dicha transformación corre a cuenta de Pedro García Aguado. Él es el asesor enviado, hecho autoridad por la propia televisión. Entra en escena como un “tipo duro” que llega

para poner orden, pero su discurso es manierista. Su palabra y razonamiento, aunque con significado, son débiles.

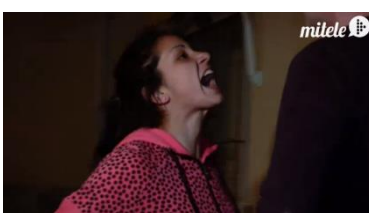


- Pedro: Tú imagínate que a la primera que rompe le dejo entrar. Me tengo que arriesgar: mirarla de que no se haga daño, cogerla en el momento que veo que va a hacer algo que puede hacer daño a alguien o a los demás. Sobre todo, el caso es que no pasara – que no entrara en casa–. Ella tiene un pronto. Y ese pronto hay que frenárselo.

Su figura parece más próxima a la del *coach* y su discurso se asemeja al de un manual de instrucciones. Ese tipo de textos que explican cómo funciona un aparato o cómo debe comportarse uno en el trabajo, es decir, que dan unas instrucciones que producen ciertos efectos en un contexto determinado. Pero estos discursos no son buenas herramientas en tanto no ayudan a la persona a soportar su angustia.

García Aguado intenta ejercer dentro de la vida de Dakota la función de ese padre simbólico. Pero no lo consigue. Quizá porque, desde el principio, se ha quedado únicamente como el hermano mayor.

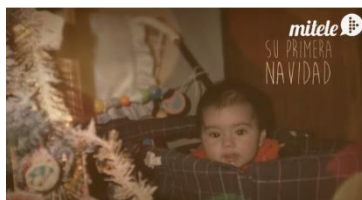
Estéticamente, el mundo de Dakota también encaja en el universo postelevisivo. Su realidad y ella misma caen en el exceso. Sus formas, sus gestos, sus muecas, su palabra..., todo se puede considerar excesivo y fuera de sí, proclive a la deformación, a lo grotesco.



Así, el discurso juega con los límites de lo representable y lo decible. En *Hermano mayor* se crea ese “entre-deux televisivo”: coexiste lo peor –violencia, ira, destrucción– y lo mejor –cariño, perdón, compasión–; se pasa de la máxima tensión –pelea familiar– a lo más distendido –Dakota de risas con sus amigas en un bar–. Y de la misma manera que la protagonista navega en ese entre-dos, también el espectador: se pasa por el rechazo de sus actos a la admiración por el cambio de actitud, de la seducción lúdica al asco moral.

Por último, relacionaremos el discurso y su contenido con lo visto sobre la trama edípica: Por un lado, la predominancia en el discurso de la relación dual madre-hija y la irrelevancia del papel del padre. Por otro lado, la ausencia del padre simbólico en la familia de Dakota.

Antes de la aparición de García Aguado, se hace un *flashback* a la niñez de la protagonista. En voz en off sus padres y su amiga María recuerdan como era de pequeña. En la imagen, varias fotografías: de Dakota y su madre, con el rótulo “Mamá y Dakota”; de la joven con su amiga o de Dakota sola. Ninguna con su padre.



La madre recuerda el cariño y amor que le tenía su hija: “El día que nació Dakota fue uno de los días más felices de mi vida”. Después de ese viaje a la infancia de la chica, en pantalla, la madre rota y entre lágrimas: “Quiero recuperar a mi hija, esto...esto no es mi hija”. He aquí pues, esa relación dual, especular y de deseo vista anteriormente, entre el bebé y la madre.

Pero como también hemos apuntado, el deseo del sujeto solo puede confirmarse en la competencia, en la rivalidad absoluta por el sujeto hacia el cual tiende. Se genera la agresividad más radical: el deseo de desaparición del otro, en tanto el otro soporta el deseo del sujeto. Y para que esa agresividad no se vea cumplida tiene que entrar el tercer término: el orden simbólico, es decir, la función paterna.

En el caso de la familia de Dakota, se aprecia tanto ese ensañamiento con la madre – cuando ve llorar a su madre llega a decirle: “Pena no me das ninguna, hija de puta”– como la ausencia de una figura paterna sólida –ella le grita a su padre: “¿Tu a mi cuando me has puesto normas? ¡Nunca!”–.



La primera aparición del padre es con los brazos en jarra y las manos sobre las caderas. La imagen como tal ya muestra el dominio de Dakota. Y sus palabras lo confirman: “¡Te faltan huevos!”.

Siguiendo la teoría vista en las anteriores páginas, entendemos cómo es la falta de un orden simbólico en la joven lo que favorece la ausencia de un sentimiento de culpa por sus actos, vistos como negativos en el orden de lo social, y de un sentimiento de compasión hacia sus padres. La razón de ir en contra de las restricciones culturales, según Freud, es el anhelo de la libertad individual. Y Dakota quiere esa libertad, evita cualquier intento de palabra y razón que vaya contra su actitud. Como dice en un momento dado, ella es quien pone las normas.

La televisión también evita el espesor de lo real y se queda con el residuo de este. Contenidos inauditos, que impactan, pero que no dejan huella y solo entretienen. Y de la misma manera, el espectador lo consume: no se enfrenta a una realidad social, sino a un caso particular que no es el suyo. Se ofrece pues “una realidad paralela y perfectamente domesticada”. La actitud de la televisión y del espectador muestran así de nuevo la falta del sentimiento de culpa, que es lo que permite soportar y sostener este discurso posttelevisivo.

Sin culpa en nadie –ni televisión, ni espectador, ni personajes– se quiebran los valores que construyen al ser humano como tal: el respeto, la compasión, la autonomía... y la intimidad. Dakota y sus padres no consideran la intimidad como algo a preservar. Ni el espectador lo considera algo a respetar, pues se ofrece en pantalla. Como hemos visto, no hay compasión, sino “excitación puntual y luego cansancio, aburrimiento, desprecio”. Cambio de canal.

En este *espectáculo de lo real* que es *Hermano mayor*, la intimidad y la violencia se convierten en mercancía. Esa “violencia identitaria” de la que habla Imbert y que se ve en los actos de confesión o muestra de sus debilidades: al final del episodio, la psicóloga pide a Dakota que se imagine a su hermano marchándose y que se despidiera de él, ¿hay algo más íntimo y doloroso que la despedida de un ser querido?

Finalmente, el hermano mayor parece conseguir lo que no había logrado nadie hasta entonces: ayudar a Dakota a asumir la muerte de su hermano y a darse cuenta de que su actitud no es la correcta. La televisión apuesta por el discurso de manual de instrucciones y, después de casi una hora de programa, funciona. Porque lo hemos visto.

## **II. ANÁLISIS II: JOAN (T07XP06)**

El episodio protagonizado por Joan se estructura en una presentación, un nudo y un desenlace. En la primera parte, se nos presenta la razón de por qué están en el programa: por un lado, se nos dice que Joan tiene a su madre sometida y, por otro lado, que él padece obesidad mórbida pero no hace nada por poner solución a la enfermedad. En la segunda parte, Pedro García Aguado aparece para mediar y arreglar la relación entre madre e hijo. Pone a prueba al joven para enfrentarle a sus problemas. Por último, Joan entra en razón, toma consciencia de sus actos y decide cambiar de actitud, en parte, gracias a superar la muerte de su padre.

En lo primero que nos vamos a fijar es en quién protagoniza el discurso. Vemos como la televisión da la palabra a un sujeto anónimo, Joan, en detrimento del “experto”, lo micro en lugar de una visión más general. Es una realidad mostrada de una manera inmediata y sin aparente mediación, pero, en cualquier caso subjetiva, aleatoria, puntual..., el tipo de contenido que permite hablar de fragmentación en el discurso.



La hipervisibilidad también está presente. El efecto lupa sobre Joan –en contra de una visión más plural de la realidad– hace foco en el momento, en lo cotidiano de alguien anónimo como él y pone en la pantalla la intimidad de un hogar. Esto alimenta la pulsión escópica del espectador, las ganas de querer conocer la vida de una persona tan desconocida como él hasta caer en lo morboso. Esto se acentúa cuando no solo se brinda la posibilidad de ver el seguimiento de la familia, sino que se permite ver al protagonista a través de una cámara oculta.



De Joan y su madre nada sabemos. Ni en qué ciudad bien o a qué se dedican, por ejemplo. Sus personajes comienzan a construir con el comienzo del capítulo. En los primeros treinta segundos se nos da el perfil del joven: “Joan, 18 años. Cruel, déspota y violento. Joan se encierra en casa para comer sin control y martirizar a su madre. Pesa 176 kilos y tiene obesidad mórbida, una enfermedad que mata a una persona cada 20 minutos en nuestro país”. A ella la conocemos en la primera escena del seguimiento que hacen las cámaras en su casa: es una mujer que sufre la violencia tanto física como psicológica de su hijo.

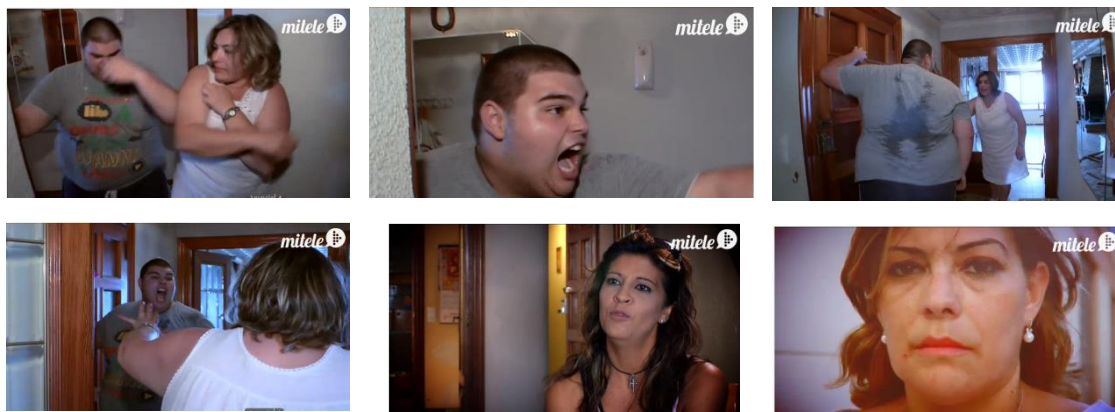
Todo lo que necesitamos conocer de ellos es aquello que escondían tras la máscara que les es arrancada en el programa. Un desvelamiento de la intimidad al que parecen someterse voluntariamente, pues, es Joan quien acude al programa.

El chico pide ayuda a la televisión como última opción para encaminar su vida. Y el medio se presenta como el ente capaz de conseguir esa transformación en la familia enviando a un asesor, en este García Aguado, que media en el conflicto. Estamos ante la “televisión intervencionista” descrita por Imbert.

Como se ha recogido en el apartado teórico, en la telerrealidad se da una dilución de las fronteras entre universos de representación, hasta no poder afirmar si estamos en la espontaneidad de lo vivencial–el dejar-hacer–o en la construcción y manipulación de lo narrativo–el hacer-hacer del relato de ficción–. En este episodio de *Hermano mayor* hay varios momentos que hacen surgir esa duda, pero destaca uno de ellos:

Pilar, la madre de Joan, se ha arreglado para salir un rato a celebrar el cumpleaños de una amiga. Sin embargo, el joven no quiere que su madre salga de casa –“además te has vestido como una puta zorra”– y la encierra en el cuarto. La amiga llega para recoger a Pilar, pero Joan le impide entrar. Pese a los gritos, los ruidos y golpes, la amiga únicamente sigue pidiendo entrar. Hasta que se va. Para asegurarse de que su madre no

salga, Joan le rompe dos huevos y le vacía un bote de cacao en polvo en la cabeza. Lo siento que vemos es unas declaraciones de la amiga en el salón de la casa.



- Amiga: “Mi amiga Pilar está pasándolo muy mal. La veo súper acabada, hundida, muy hundida”.

Entonces, ¿la amiga ha vuelto? Y, ¿Joan ya le ha dejado entrar? Por otra parte, la cierta tranquilidad de la amiga ante una escena como esa se deba a que pensaba que no iba a “ir a más”. Porque ahí había alguien más: la televisión. El medio se hace notar y con sus movimientos de cámara al hombro y el no mirar a cámara nos está diciendo que todo aquello es espontáneo. Y aunque hay un guion, una edición, un corte en las secuencias, lo visto se toma como real. Porque como hemos visto, la neo tv se basa en la veracidad de la enunciación, de la propia operación de contar. El ver es lo que da cartas de realidad.

Por último, en este discurso apreciamos varios elementos que nos llevan a relacionarlo con lo antes visto sobre la trama edípica: la relación madre-hijo, la ausencia del padre y el rechazo a la aparición de un tercero.

Se recuerda la infancia de Joan: “A su padre se le caía la baba. Era un niño muy bueno, muy cariñoso. Me decía ‘te quiero, mamá’, cosas muy bonitas. Le gustaba mucho estar con su padre. Éramos una familia muy feliz. Cuando yo veo las fotografías de mi hijo me entra mucho pesar..., es que no lo puedo entender cómo ha cambiado tanto”.

Entre el vínculo madre-hijo se encontraba el padre. Su desaparición es lo que ha devuelto a Joan y su madre a esa relación narcisista, dual y especular, en la que él, como dice García Aguado, “se comporta como un niño para que su madre esté a su entera disposición y así manipularla”.

- Pilar: Él es muy celoso, me controla en todo.
- Joan: Yo quiero a mi madre solo para mí. Jamás voy a permitir que mi madre rehaga su vida. Si mi madre trae a un hombre a casa, yo le meto una hostia. Sería una falta de respeto a la memoria de mi padre.

El joven no admite normas ni parece sentir culpa alguna por sus actos. Cuando su madre le marca alguna obligación, como seguir la dieta, él responde tirándole por encima un cartón de leche o una garrafa de agua.



- Joan: ¡Qué divertido es esto! (...) Te voy a meter una hostia que vas a flipar. (...) Como no me hagas espaguetis te reviento la cabeza.

Y asombra su crueldad al reconocerlo ante la cámara:

- Joan: Se merece todo lo que le hago. Disfruto mucho cuando la veo en el sofá llorando humillada. No me gusta que controle el tema de la comida porque paso de las dietas, son un asco. Como lo que quiero, a cualquier hora y cuando quiero.

Pedro García Aguado, como ya se ha apuntado, llega para mediar en esta relación tan deteriorada y ser la ley, el orden de la palabra simbólica. Y, pese a sus esfuerzos, su discurso se muestra manierista, artificial y débil:



- Pedro: (a la madre) Pásamelo.
- Joan: ¡Qué!
- Pedro: Oye, esto de tratar así a tu madre, Joan, te lo digo: se acaba desde ya.
- Joan: ¿Por qué?
- Pedro: Porque no es justo.

La figura del hermano mayor, más que a la del padre simbólico, se asemeja a la del *coach* y su discurso se encuentra más próximo al de un manual de instrucción o un libro de autoayuda: normas de comportamiento para determinadas situaciones y con resultados concretos. Un instrumento con resultados mecánicos que sirven quizá como parche, pero en ningún caso parece que pueda ayudar a soportar la angustia de los personajes.

Con todo, al final, el método de ayuda televisivo parece funcionar y Joan se reconcilia con su madre. El programa termina con los dos felices. Y este presente predomina sobre la importancia del pasado: todo lo visto al comienzo del episodio ya se ha olvidado. De la misma manera que se cambiará de canal y se olvidará el final. Sin embargo, Joan y Pilar han dejado registradas en la pantalla las aristas más duras de su intimidad.



## 5. CONCLUSIONES

La crisis de los grandes relatos en la posmodernidad resulta fácilmente constatable. La fractura de ciertos valores es lo que parece haber propiciado que la persona anónima, erigida por el medio como protagonista, muestre su intimidad en la pequeña pantalla. De esta manera, lo privado se descubre ante la cámara ya no como un acto doloroso sino como algo feliz, como una reafirmación de la identidad. En la modernidad, la *máscara* se entendía como aquello que permitía al ser humano diferenciarse y construir su identidad. En la posmodernidad, ese proceso identitario se realizaría del modo contrario: dejándola caer y mostrándose “tal y como uno es”.

Junto a lo anterior, la suspensión del sentimiento de culpa –postulada por Freud– en el espectador también permitiría que el discurso de la postelevisión se sostenga. La televisión se presenta como un medio donde el ser humano sacia su pulsión escópica: el deseo de ver sin reconocer ningún límite. Liberado –en buena medida– de las restricciones culturales que establecen límites para lo decible y lo mostrable, el espectador se entrega a un discurso seductor.

Como medio creador de textos –todo aquello que ayuda a dar forma a la realidad–, la televisión tiene todos los elementos para reconocerla como discurso. Sin embargo, la palabra simbólica ha perdido su valor y la seducción –el espectáculo– ha ocupado su lugar. El discurso postelevisivo ha caído en una dinámica de espectacularización, iniciada ya en la neotelevisión, que erosiona profundamente su función textual.

Dentro de su tendencia al entretenimiento y al espectáculo, el discurso de la televisión ha quedado vacío y falto de simbolismo. Habla constantemente, pero no dice nada. En su intento de escapar de la presión de lo real, termina por mostrar aquello que intenta tapar: las fisuras y tensiones del ser humano consigo mismo y con el mundo que le rodea.

El caso de *Hermano mayor* es un buen ejemplo del discurso televisivo contemporáneo, que no solo permite registrar la crisis del relato simbólico en la televisión contemporánea, sino que también deja ver su ausencia en la sociedad. Porque, más allá de sospechas de ficción, los actos de las personas que comparecen en el programa están ocurriendo.

El discurso de este programa cumple, se ha constatado, con dos aspectos caracterizadores de la postelevisión: la hipervisibilidad y la fragmentación discursiva. De un lado, el dejar que el protagonismo recaiga en personajes anónimos –Dakota y Joan– supone hacer foco en ellos y mostrar su realidad cotidiana en toda su aleatoriedad y subjetividad. Pasamos a hablar de hipervisibilidad cuando esa mostración de la intimidad no parece reconocer ningún límite, como ocurre en el programa. De otro lado, está también presente la fragmentación del discurso en ese gusto por el microrrelato.

En el discurso de *Hermano mayor* también se percibe ese cambio en la manera de entender la intimidad, como se ha apuntado en las líneas anteriores. El hogar, entendido en la modernidad como el espacio en el que preservar la privacidad y la intimidad de cada uno de los miembros de la familia, es invadido aquí por el dispositivo televisivo.

La realidad mostrada de ambas familias y el hecho de que acudan a la televisión como último recurso a sus problemas a cambio de poner en la pantalla su angustia y miserias, puede ser interpretado como una muestra de fracaso en la trama edípica. En este sentido, Pedro García Aguado, el *hermano mayor*, vendría a desempeñar la función del padre simbólico. Pero entendemos que su discurso, como ya se ha apuntado, se dibuja netamente manierista, y en ningún caso parece verdaderamente capaz de ayudar a estas personas porque el propio discurso en el que él se enmarca carece de densidad simbólica, situándose en un eje más propio del manual de instrucciones.

## BIBLIOGRAFÍA

- Arfuch, L. (2002). *El espacio biográfico. Dilemas de la subjetividad contemporánea*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Burch, N. (2008). *El tragaluz del infinito*. Madrid: Cátedra.
- Dader, J. (marzo de 2004). Los cinco jinetes apocalípticos del periodismo actual: concentración, consonancia, constricción, clausura y comercialidad. *www.saladeprensa.org*, 3(65).
- Eco, U. (2012). *La estrategia de la ilusión*. Barcelona: Debolsillo.
- Freud, S. (1992). *El malestar en la cultura*. Madrid: Alianza Editorial.
- Gobantes Bilbao, M. (2008). *Fundamentos teóricos de la entrevista periodística escrita (Tesis doctoral)*. Facultad de Filosofía: Universidad de Murcia.
- Gobantes Bilbao, M. (2014). *El texto y el abismo. Diálogos con González Requena*. Barcelona: Sans Soleil.
- González Requena, J. (1999). *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Madrid: Cátedra.
- González Requena, J. (2009). Apología de la máscara. *VVAA: Estudios de Periodística XV. El drama del periodismo: Narración e información en la cultura del espectáculo. Actas del XI Congreso de la Sociedad Española de Periodismo (SEP)*. Murcia: UCAM Publicaciones.
- Habermas, J. (1985). La modernidad, un proyecto incompleto. En J. Habermas, J. Baudrillard, E. Said, F. Jameson, & Otros, *La posmodernidad* (págs. 19-36). Barcelona: Kairós.
- Imbert, G. (2005). *Telebasura: de la telerrealidad a la tele-ficción (la hipervisibilidad televisiva)*. Obtenido de Sitio web de Gérard Imbert: <http://gerardimbert.blogspot.com.es/2010/10/telebasura-de-la-telerrealidad-la-tele.html>
- Imbert, G. (2008). *El transformismo televisivo. Postelevisión e imaginario social*. Madrid : Ediciones Cátedra.
- Lyotard, J.-F. (1987). *La condición postmoderna. Informe sobre el saber*. Madrid: Cátedra.